

injury to health by negligence **shall** be punishable with a fine...” [The Criminal Code of Russian Federation, Article 118]. 2) “*Such excess **shall** involve criminal liability only in cases of intended infliction of harm.*” [The Criminal Code of Russian Federation, Article 39]. 3) “*The time of custody pending entry of the court's judgement into force...**shall** be counted at the rate of one day per day...*” [The Criminal Code of Russian Federation, Article 72]. 4) “*The amount of a fine **shall** be determined by a court of law subject to the gravity of the crime and the property status of the convicted person and his family...*” [The Criminal Code of Russian Federation, Article 46].

Точность изложения в юридических текстах требует различных уточнений, что влечет за собой употребление осложненных конструкций, т. е. предложений с причастными и деепричастными оборотами, с однородными членами. Простые предложения в Европейской Конвенции по правам человека часто осложняются однородными членами, число которых может доходить до 6-7 и более [Арнольд, 1991, С.85]. Например: 1) “*A person who, at the time of the committing of a socially dangerous act, was insane, that is, was unable to understand the **actual character** or **social danger** of his actions (inaction) or to govern them as a result of a chronic or temporary **mental derangement**, **mental deficiency** or any other **mental condition**, shall not be subject to criminal liability.*” [The Criminal Code of Russian Federation, Article 21]. 2) “*A fine shall be established **in the amount of** five thousand roubles to 1, 000, 000 roubles, **or in the amount of** the wage or salary, **or any other income** of the convicted person for a period of from two weeks to five years, or shall be estimated **in the amount** which is a multiple of the cost of the article, or **of the sum** of commercial subornation or bribe.*” [The Criminal Code of Russian Federation, Article 46].

Таким образом, лингвистические особенности Уголовного Кодекса Российской Федерации обусловлены принадлежностью текста к официально-деловому стилю, законодательному подстилю. Лексически документ характеризуется употреблением специальной терминологии права, что детерминировано тематикой текста. Главной лексико-грамматической особенностью является специфика употребления модального глагола *shall*. Синтаксическими особенностями является сложность организации текста, разветвленность структуры предложения, частотность предложений с однородными членами.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алексеев С.С. Государство и право: начальный курс. М., 1993. С.126., 156 с.
2. Пиголкин А.С., Чернобель Г.Т. Юридическая терминология: понятие и классификация // язык закона / Под ред. А.С. Пиголкина. М., 1990. Гл. 3. С. 65.
3. Арнольд И.В. Основы лингвистический исследований: Учеб. пособие. М.: Высш.шк., 1991. С.85, 140 с.
4. Пумпянский А.Л. Введение в практику перевода научной и технической литературы на английский язык. М.: Наука, 1964. С. 12., 304 с.
5. Интернет-ресурс: Уголовный Кодекс Российской Федерации. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/
6. Интернет-ресурс: The Criminal code of the Russian Federation. – URL: <http://visalink-russia.com/criminal-code-russian-federation.html>

ОСОБЕННОСТИ ЗАГОЛОВКА СОВРЕМЕННОГО БРИТАНСКОГО ПОЛИТИЧЕСКОГО МЕДИАТЕКСТА

*Мухаметгалеева А. И.
Мухаметшина Э. Е.*

Статья посвящена анализу и рассмотрению ключевых стилистических особенностей и функций заголовков современного британского политического медиатекста на примере статей из газет «The Guardian», «The Times» и «The Independent». Особое внимание уделено

выявлению специфики заголовков политических новостных текстов первой половины 2017 года.

Ключевые слова: британский политический медиатекст; медиатекст; заголовок; стилистические особенности; рекламная функция; язык; лингвистика.

The article is devoted to the analysis and review of the specific stylistic features, functions of headline of present day British political media texts in such popular British newspapers as "The Guardian", "The Times" and "The Independent". Special attention is paid to identifying of headline specific features in political news items during the first half of 2017.

Key words: British political media text; media text; headline; stylistic features; advertising function; language; linguistics.

Заголовок является неотъемлемой частью медиатекста. Читатель, в виду быстрого темпа жизни, не всегда успевает читать прессу, поэтому, прежде всего, обращает внимание на заголовки новостных публикаций. Так как заголовок занимает одну из важнейших позиций в медиатексте, именно на него в первую очередь обращает внимание читатель. Следовательно, заголовки современных медиатекстов должны обладать достаточной информативностью, должны заинтересовать читателя и тем самым вызвать желание продолжить чтение публикации.

Необходимо отметить, что мы понимаем под термином медиатекст. Медиатекст – динамическая сложная единица высшего порядка, посредством которой осуществляется речевое общение в сфере массовых коммуникаций. Термин “медиатекст” является гиперонимом (родовым обозначением) ряда предшествующих терминов: журналистский текст, PR-текст, публицистический текст, газетный текст, теле- и радиотекст, рекламный текст, текст Интернет-СМИ и т. д. [3, с. 13].

Обращение к проблеме заголовка в современной лингвистической науке обусловлено тем, что СМИ очень быстро реагирует на различные социальные изменения, на постоянно меняющиеся ценности и приоритеты общества, поэтому лингвистическая информация находит в ней последовательное отражение.

Исследованию заголовков в современной лингвистической науке посвящено не мало трудов в различных его направлениях – прагматическом, синтаксическом, функциональном и смысловом. Само понятие заголовок обозначает название художественного, публицистического, научного текста среднего объема (газетный заголовок, журнальные заголовки, заголовки рассказов, статей) или части крупного текста (заголовки разделов; если текст делится на главы, то, во избежание тавтологии, применяется синоним название) [5, с. 106]. Несомненно, заголовок играет одну из важнейших ролей и занимает особое место в структуре медиатекста. Именно заголовок отражает содержание текста и привлекает внимание читателя.

Так, многие лингвисты обращают внимание на двойственную природу заголовка, что связано с разнообразием его определений. Например, профессор Э.А. Лазарева, отмечает, что *заголовок* – это не только языковая структура, имеющая определенную самостоятельность и анонсирующая текст, но также элемент медиатекста, связанный со всеми его компонентами [4].

В свою очередь, некоторые другие ученые при определении данного понятия в первую очередь указывают на функции заголовка. Отечественный лингвист, Гальперин И.Р. отмечает, что заголовок является нераскрытым содержанием текста, совмещающий в себе две функции – номинативную и предикативную [2, с. 133].

Таким образом, ученые выделяют следующие функции заголовка:

- Номинативная – заголовок является названием текста;
- Информативная – заголовок обобщает содержание, тему текста;

- Рекламную – заголовок вызывает интерес, привлекает внимание читателя;
- Дейктическая – заголовок представляет текст во внешнем мире;
- Аппеллятивно-экспрессивная – заголовок оказывает воздействие на читателя, внушая информацию в определенном свете;
- Гипертекстовая – представление заголовков в информационной новостной ленте, с целью привлечения внимания читателя.

Принимая во внимание вышеперечисленные функции, ясным становится понятие «цель заголовка». Цель заголовка заключается в том, что в первую очередь он должен четко передать сжатое содержание новостного текста, а также привлечь внимание читателя и тем самым оказать на него определенное воздействие.

Рассмотрим структуру и специфику заголовков, используемых в политических новостных текстах.

Обращает на себя внимание тот факт, что одной из самых основных специфических особенностей данных заголовков является их лаконичность. Стоит отметить, что лаконичность заголовка характеризуется не только количеством слов, но и тем, насколько информативны лексемы и как эти лексемы связаны друг с другом.

Заметим, что среди анализируемых нами заголовков новостного контента британских on-line газет, особенно отличается данной спецификой The Times.

“Defiant Putin foe launches poll bid” [9, 19.03.2017];

“Boris to calm Trump spy row” [9, 19.03.2017];

“Clinton hints at return to public life” [9, 18.03.2017];

“Military action ‘is an option’ against Kim” [9, 18.03.2017].

К сравнению, приведем пример из on-line издания The Independent, где наглядно видна детальная подача новостного материала в самом заголовке:

“Donald Trump is doing Russia’s bidding by repeatedly pushing GCHQ wiretap claims, says former US ambassador” [8, 19.03.2017];

“Tim Farron accuses Theresa May of having same ‘aggressive nationalistic’ agenda as Donald Trump and Vladimir Putin” [8, 19.03.2017].

Отсюда можно сделать вывод о том, что заголовки on-line газеты «The Independent» обладают достаточной информативностью. Это служит наглядным доказательством, что информативность является немаловажным параметром заголовка, который содержит главную информацию текста, а также отражают основную идею медиатекста.

Кроме того, широко используются в заглавиях *аббревиатуры*, слова, образованные сокращением словосочетания и читаемое по алфавитному названию начальных букв (BBC) или по начальным звукам (ООН, ВУЗ) слов, входящих в них [1].

“**UK** legal academics urge **PM** to cancel Donald Trump’s state visit” [7, 15.02.2017];

“Trump tapping row deepens after ‘ridiculous’ **GCHQ** claims” [9, 18.03.2017];

“**FBI** director James Comey confirms investigation into Trump-Russia links” [8, 20.03.2017].

Надо полагать, что аббревиатуры используются для того, чтобы заинтересовать читателей, а также задействовать визуальное и ассоциативное восприятия информации. Следует также отметить и то, что в заголовках применяются аббревиатуры, расшифровку которых читатель сможет понять из самого медиатекста.

Анализ, проведенных нами политических заголовков, позволил заключить, что одним из наиболее распространенных тактик, используемых в политических новостных заголовках, является употребление ключевых слов. Ключевые слова не только отражают содержание медиатекста, но и увеличивают количество просмотров той или иной новостной статьи. Помимо всего вышеперечисленного, необходимо уделить особое внимание на то, что ключевые слова вербализируют наиболее интересные для читателя элементы информационного материала и чаще всего выносятся на первый план:

“**Czech cyber-attack**: Russia suspected oh hacking diplomats’ emails” [7, 31.01.2017];

“**Sturgeon**: May’s ‘tin ear’ threatens Brexit talks” [9, 18.03.2017];

“**Brexit**: Labour should offer voters option of staying in EU if negotiations fail, says Tony Blair” [8, 19.03.2017].

Характерен также тот факт, что в качестве ключевых слов зачастую встречаются имена политических деятелей:

The Guardian:

“**Rob Rosenstein**: ‘honorable’ US attorney poised to be the next Russia investigator” [06.03.2017];

“**Theresa May**: Trump was ‘being a gentleman’ when he held my hand” [20.03.2017];

The Times: “**Merkel** faces **Trump** showdown on Nato and Germany’s exports” [13.03.2017].

Отсюда можно заключить, что ключевые слова часто находятся в самом начале выражения, чье значения разъясняется во второй части заголовка и последует после двоеточия.

Кроме того, проведенные нами исследования показали, что в заголовках политических изданий часто встречается репрезентация прямой речи. Данные компоненты заголовков указывают на источник информации, свидетельствуя тем самым о правдивости и достоверности материала. Приведем некоторые примеры:

“Trump-Russia collusion is being investigated by FBI, **Comey confirms**” [7, 20.03.2017];

“I won’t let country fall off Brexit cliff edge, **insists Davis**” [9, 13.03.2017];

“Donald Trump’s approval rating falls to record low, **finds Gallup poll**” [8, 19.03.2017].

Подобные заголовки служат повышению объективности и достоверности текста, что усиливает прагматическое воздействие интервью на реципиентов.

Обобщая вышесказанное, можно сделать вывод о том, что основной целью заголовков политических медиатекстов является привлечение внимания адресата, используя различные грамматические и стилистические характеристики, такие как лаконичность, использование аббревиатур, употребление ключевых слов, а также репрезентацию прямой речи, что в общем говорит о том, что современным британским политическим заголовкам присущи усиленная визуальность, ярко выраженная интерактивность, доступность и объективность. Но с течением времени и быстрым развитием масс-медиа способы подачи материала могут варьироваться, в связи с чем, дальнейшее изучение данных медиатекстов является весьма интересным.

В целом, исследования показали, что заголовки британского политического медиатекста являются сложным, комплексным феноменом, исследование которых позволяет глубже изучить постоянно изменяющиеся с течением времени особенности британских медиатекстов. Отсюда следует, что дальнейшее исследование данных медиатекстов является весьма интересным по отношению к выявленным нами особенностям заголовков.

ЛИТЕРАТУРА

1. Большой российский энциклопедический словарь. URL: <https://slovar.cc/enc/bolshoy-rus.html> (дата обращения: 30.03.2017).
2. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. М.: КомКнига, 2007. 137 с.
3. Кузьмина Н. А. Современный медиатекст. Учебное пособие. Омск, 2011. 413 с.
4. Лазарева Э.А. Заголовок в газете: учеб.пособие для студентов-журналистов. Свердловск: Изд-во Урал. ун-та, 1986. 96 с.
5. Матвеева Т.В. Полный словарь лингвистических терминов. Ростов-на-Дону, 2010. 562 с.
6. Петрат Т.Р. Заглавие или заголовок // Культура русской речи: энциклопедический словарь-справочник / под ред. Л.Ю. Иванова, А.П. Сковородникова, Е.Н. Ширяева. М.: Флинта; Наука, 2003. 840 с.
7. The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/international>. (дата обращения: 17.05.2017).

8. The Independent. URL: <http://www.independent.co.uk>. (дата обращения: 17.05.2017).
9. The Times. URL: <https://www.thetimes.co.uk>. (дата обращения: 17.05.2017).

ЭЛЛИПСИС В ЗАГОЛОВКАХ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ГАЗЕТ (НА МАТЕРИАЛЕ АМЕРИКАНСКИХ ГАЗЕТ USA TODAY, THE NEW YORK TIMES, THE WASHINGTON POST).

*Саламе А. Б.
Амирханова К. М.*

Статья посвящена вопросу использования эллипсиса в заголовках газет, написанных на английском языке. Проанализировано множество заголовков с данным явлением, выявлены наиболее эффективные и часто используемые виды эллипсиса.

Ключевые слова: эллипсис; заголовки газет; эллипсис в публицистике.

The article describes the usage of ellipsis in the headlines of newspapers written in English. A number of headlines with this phenomenon were analyzed, the most effective and often used types of ellipsis were pointed out.

Key words: ellipsis, headlines, ellipsis in publicism.

Проблема эллипсиса всегда вызывала огромный интерес у лингвистов. Это объясняется тем, что именно в этой стилистической фигуре отразились многие основные вопросы языкознания: язык и мышление, соотношение логики и грамматики, формы и значения, теория предложения и т. д. К. Бюлер не зря назвал эллипсис «древней проблемой теории языка» [3]. На протяжении многих веков исследователи стремились объяснить данное явление, выявить его основные признаки, предложить классификацию эллиптических предложений в различных языках.

Эллипсис часто употребляется в письменной, а также в живой разговорной речи. В процессе общения друг с другом люди неизменно сталкиваются с потребностью как-либо сократить свои реплики, и причины тому могут быть самыми разными: собеседники торопятся рассказать интересную историю, сделать свою речь проще для понимания, или же просто хотят создать в разговоре неформальную обстановку.

Современное языкознание проявляет большой интерес к проблемам эллиптических предложений, которые могут возникать в устной разговорной речи, в произведениях художественной литературы и в технических текстах. Обзор теоретической литературы показал, что явление эллипсиса в языке начало широко изучаться лишь в 50 — 70 годах XX века. Первыми лингвистами, которые занялись изучением этого вопроса, были Ш. Балли, А. Мартине, А. Доза [2].

Само понятие «эллипсис» появилось в лингвистике еще с античных времен и уточняется до сих пор. Поэтому, для начала проведем анализ определений эллипсиса в английском языке, ведь подходов к его определению много. Как считает Ж. А. Голикова, «эллипсис» – пропуск в речи какого-либо легко подразумеваемого слова, члена предложения [1]. Л. Л. Нелюбин определяет эллипсис (эллипс), как стилистическую фигуру, заключающуюся в пропуске какого-либо подразумеваемого элемента предложения [4]. В данной статье мы приводим следующее определение эллипсиса: «Эллипсис – намеренный пропуск несущественных слов в предложении без искажения его смысла, а часто – для усиления смысла и эффекта» [1].